

## Règles d'écriture d'un article d'enquête /de reportage

Écrire un article est un exercice particulier. Il est indispensable de suivre quelques règles journalistiques afin d'écrire un bon article. Animés par le désir d'accrocher les lecteurs, les journalistes trouvent les images, affinent les formules, inventent les rythmes qui disent la vigueur de la langue d'aujourd'hui.

1. **Le sujet de l'article.** Il faut sélectionner une bonne information : avoir des témoignages, des chiffres fiables. Il faut pouvoir répondre aux cinq questions de référence : Qui, quand, comment, où, quoi, pourquoi... L'article doit apporter au lecteur des informations précises, des détails concrets qu'il tient de sources fiables. Il faut éviter les généralités que tout le monde connaît. Des informations concrètes, ce sont des descriptions précises de quelque chose qu'on a vue et qui existe vraiment. Ce sont aussi des citations (entre guillemets. Par exemple: Monsieur Alain est boulanger et aime son métier: "Je fais du pain depuis 20 ans et toujours avec le même bonheur...") de personnes qu'on a rencontrées et interrogées. Ce sont enfin des INFORMATIONS précises. Il ne faut pas écrire: "Monsieur Alain a expliqué comment il fait son pain tous les jours" mais il faut écrire ce qu'il a dit: "Tous les matins, il allume son four (1) tout en chantant pour se réveiller et commencer la journée dans la bonne humeur (2). Puis il mélange sa farine avec de l'eau (3)..." Il y a là trois informations concrètes qui permettent au lecteur de bien savoir ce que fait monsieur Alain alors que si le journaliste écrit seulement: "Monsieur Alain a expliqué comment il fait son pain tous les jours", le lecteur ne sait pas comment cela se passe.
2. **Le traitement de l'information.** Pour écrire un article intéressant, l'information brute ne suffit pas. Il faut analyser le contenu et le mettre en valeur par une écriture claire, précise et soignée. Le titre doit être soigneusement choisi et parlant. La première phrase doit donner envie de continuer et l'information doit se trouver au début de l'article. Utiliser les expressions, les images, les anecdotes les plus " parlantes ". Ne pas hésiter à rajouter une image (photo, caricature, schéma...) pour illustrer son propos. Privilégier une mise en page aérée.
3. **Le style de l'article.** Selon le sujet et la façon dont l'auteur veut l'aborder, on peut choisir un ton : ton clinique, distant, sensible, grave, léger, humoristique, pédagogique, solennel ou complice. Donner du rythme à votre article : utiliser des phrases courtes et incisives (sujet, verbe, compléments), choisir des mots simples et concrets. Les points et les virgules doivent apparaître clairement et utiliser les mots de liaison (en effet, car, mais, pourtant, aussi, donc...). Privilégier les verbes actifs et le temps présent. L'article doit être clair, facile à comprendre... et c'est souvent difficile « de faire simple »
4. **Le plan.** Le plan doit être simple et logique. Le premier paragraphe est l'accroche : il donne en général l'information la plus importante (cela peut être une citation, une description de lieu, une anecdote). Les autres paragraphes doivent suivre cette règle simple : une idée importante par paragraphe et une succession logique entre tous les paragraphes. Il est donc important de sauter une ligne à chaque fin de partie, pour visualiser l'articulation de votre argumentaire.
5. **L'accroche.** Il faut donner envie au lecteur de lire l'article. C'est pour cette raison que l'accroche doit être particulièrement soignée : on peut donner des chiffres précis, raconter une anecdote pour attiser la curiosité du lecteur. « *Il faut toujours commencer et conclure avec une bonne formule* » d'après Franz-Olivier Giesbert du *Figaro*. L'idéal est d'avoir un angle d'attaque proche du lecteur. Cette proximité peut être géographique, chronologique, thématique et/ou affective.
6. **La relecture.** Relire attentivement, partir à la chasse aux mots inutiles... et aux fautes d'orthographe! Lire et réécrire le projet d'article à la recherche des mots qui n'apportent rien : " à

noter que, il faut souligner que... ", éviter les adverbes ou adjectifs inutiles. Faire relire par un ami exigeant.

## Glossaire

### Accroche

Une ou deux phrases en tête d'article, destinée(s) à retenir, "accrocher" l'attention du lecteur. S'emploie aussi en publicité, avec le même objectif. A la fin de l'article, on parle de "chute".

### Billet

Court article de commentaire donnant une vision personnelle, piquante ou humoristique, d'un fait d'actualité.

### Brève

Par opposition au dossier ou à l'enquête, la brève est un texte court, une "nouvelle brève" (dix lignes maximum). Elle donne en trois ou quatre phrases une information très concise, sans titre, qui répond obligatoirement aux questions: qui, quoi, quand, où, et parfois comment et pourquoi.

Une brève est rarement seule, elle est présentée dans une colonne de brèves. Lorsqu'elle a un titre, on l'appelle "filet". Dans un cadre, elle devient "encadré".

### Chapô/chapeau

Texte d'introduction qui "coiffe" un article, généralement présenté en plus gros, et en caractères gras. À mi-chemin du résumé et de l'accroche, il concentre en quelques lignes l'essentiel de l'information. Le chapô fait partie de la titraille.

### Inter

Abréviation d' "intertitre" : titre intermédiaire (une phrase ou quelques mots), composé en plus gros, en couleur, en gras..., qui rythme les colonnes de texte, de façon à en rendre la lecture moins fastidieuse. En théorie, il devrait suffire de lire chapô et inters pour connaître les informations essentielles d'un article.

### Interview

L'interview consiste à interroger quelqu'un de représentatif d'un sujet, ou tout au moins quelqu'un dont les propos sont censés être significatifs. Ce genre est très approprié au souci de vulgariser, car il fait appel au langage parlé et à la spontanéité. Il est donc explicatif et donne à entendre.

### Légende

Court texte accompagnant une photo ou un dessin et visant à lui donner un sens. Une légende peut être descriptive, interprétative, informative. En bonne théorie, aucune photo ne devrait paraître sans sa légende.

### Niveaux de lecture

Plusieurs éléments contribuent à rendre un article plus lisible et plus attrayant:

- le chapeau, ou "chapô" dans le jargon journalistique: court texte précédant un article, donnant l'information essentielle (comme un résumé) et accrochant le lecteur. Le chapeau coiffe l'article.
- la titraille: titre, surtitre et sous-titre (au-dessus et au-dessous du titre), intertitre (dans la colonne de texte). Plus l'article est long, plus chacun de ces éléments est nécessaire.
- la légende de la photo: court texte qui explique au lecteur le sens que le journaliste donne à la photo. La légende doit être accompagnée du crédit photo (nom du photographe, de l'agence).

### Photo

La photo est l'un des arguments clés du contenu et de la présentation rédactionnels. Elle vise à accrocher le regard du lecteur, à retenir son attention, à donner plus de force à une information... Photo-information ou photo-illustration, elle participe à l'équilibre texte-illustrations qui favorise l'entrée dans la page.

**Source** Origine de l'information (personne ressource, document).

### Titraille

Ensemble des éléments d'un titre (surtitre, titre principal, sous-titre), dont la diversité typographique est destinée à attirer le regard.

Puis viendra le chapô. Une accroche au centre de la page peut compléter cet arsenal de "niveaux de lecture", censés faciliter l'entrée dans un texte.

Source : <http://www.graines-de-reporters.com/page.php?p=conseils>

The diagram shows a newspaper article layout with various components labeled:

- surtitre et titre (4 colonnes)**: Points to the top section of the article.
- chapeau (2 colonnes)**: Points to the first paragraph of the article.
- source**: Points to the byline 'LAURENCE BILY et GUY ONTANON'.
- intertitre**: Points to the sub-headline '« Un coup de poker »'.
- interview : questions (romain gras)**: Points to the bolded text '« Faites couler les bulles, on arrive ! »'.
- réponses (romain maigre)**: Points to the text '« On n'a pas arrêté de leur faire des remontrances »'.
- signature**: Points to the signature 'PHILIPPE LYONNET'.

The article text includes:

**LAURENCE BILY et GUY ONTANON**, coresponsables du relais, ont réussi leur pari en plaçant Ladji Doucouré au départ.

**« Un coup de poker »**

« Faites couler les bulles, on arrive ! », prévient, au téléphone, Guy Ontanon. À l'ambassade de France, on s'impatiente. Le champagne est déjà au frais. Coresponsables des relais 4x100 m depuis le début de l'année, Ontanon et Laurence Bily n'en finissent plus de répondre aux questions des journalistes.

**HELSINKI – de notre envoyé spécial**

**« QUAND AVEZ-VOUS décidé de placer Ladji Doucouré au départ ? »**

— **Guy Ontanon** : La nuit dernière, il devait être 2 h 30. On a beaucoup cogité. Après la demi-finale, j'avais dit Laurence (Bily) que c'était la meilleure solution, car ça ne bouleversait pas trop l'équipe qui s'était qualifiée. Si on avait mis Ladji dans l'autre virage, comme c'était prévu à la base, on aurait changé deux passages, le 2 et le 3. C'était plus risqué... Et puis, il était difficile de sortir Eddy De Lépine.

— **Laurence Bily** : Je n'étais pas contre, mais je n'ai pas dit oui tout de suite. On a d'abord regardé les vidéos de la demi-finale, on a calculé les temps individuels... Et l'idée a fait son chemin.

— **G.O.** : (il rigole) : On n'est pas tous d'accord avec Laurence. Parfois, on se dispute... Une fois, j'ai même voulu lui coller mon ordinateur sur la tête.

— **L.B.** : C'est pas vrai, on s'entend bien... Guy est plus calé que moi en informatique, il est dans l'analyse technique. Moi, je m'occupe de la gestion humaine. On ne se marche pas sur les pieds. Quand on a décidé de mettre Ladji au départ, on s'est regardés dans le blanc des yeux et on s'est dit : « C'est jouable ».

— **Pour la médaille d'or ?**

— **G.O.** : Bien sûr. On était peut-être les seuls à y croire.

— **Ladji était d'accord ?**

— **G.O.** : Il n'y a pas de problème avec Ladji. Le plus dur, c'était de convaincre le coordonnateur du sprint (Pierre Bonvin), il nous a posé plein de questions méchantes (il sourit), on le remercie... Je ne sais même pas à quelle heure on s'est couchés. Et puis ce matin (hier), on en a parlé au DTN, Franck Chevalier. C'était un coup de poker, une manière de surprendre les autres. Le relais, c'est comme le foot, c'est tactique. Personne ne pensait qu'on ferait ce choix. Tout le monde s'attendait à voir Ladji dans le deuxième virage.

— **L.B.** : Après en avoir parlé au DTN, on a demandé son avis à Ladji. C'était une formalité, car Ladji a l'esprit d'équipe.

— **G.O.** : Il a un glaçon à la place du cerveau. À l'échauffement, il a transmis aux gars son relâchement et sa motivation. Lui, il était déjà champion du monde, il avait vaincu la pression.

**« On n'a pas arrêté de leur faire des remontrances »**

— **Il y a un an, après l'élimination du 4x100 m en demi-finale des Jeux, vous vous demandiez s'il fallait envoyer un relais aux Mondiaux...**

— **L.B.** : En tant que responsable du relais, je ne pouvais pas envisager cette extrémité, mais on s'est effectivement posé des questions. On s'est dit : « Il faut que les mecs se rentrent dans le chou ». On a aussi intégré plus de jeunes, on a fait des stages en commun avec les filles.

— **G.O.** : On a quand même réfléchi. On se disait : « On a des types qui vont vite, mais on n'a pas de relais. Qu'est-ce qu'on fait ? » Certains ne sont pas venus aux regroupements et on n'a pas arrêté de leur faire des remontrances, même ici à Helsinki. Il fallait réussir à les souder. Heureusement, on s'appuie sur une technique qui a fait ses preuves. En 2003, les filles étaient championnes du monde, aujourd'hui ce sont les garçons. Je voudrais d'ailleurs dédier cette victoire à Jo Massetti (l'entraîneur du relais recordman du monde à Split, en 1990). C'est mon père spirituel et même le père du relais tout court.

**A quel moment les relayeurs se sont-ils soudés ?**

— **L.B.** : À la Coupe d'Europe, en juin à Florence. Ils ont fini troisièmes, mais on a senti qu'on pouvait en tirer quelque chose.

— **G.O.** : Ici, la perf des demi-finales (victoire en 38"34) les a débloqués. Elle a agi sur eux comme la première médaille de bronze du 100 m sur Christine (Arron).

**PHILIPPE LYONNET**

## La composition de l'article de presse

### Bibliographie :

Marcey, J.P. et Tussot, R. (2008) : Guide de la presse écrite, *CRDP Midi-Pyrénées*

Salles, D. (2002) : Editer un journal en classe, *CRDP de Grenoble*

Des écrits, des écrans. Pour une éducation à l'image et aux médias (2009), *DTSD, CNDP*

### Sitographie :

Le Clémi : <http://www.clemi.org/>

<http://www.omarlecheri.net/pedago/index.htm>

<http://www.graines-de-reporters.com/page.php?p=conseils>

## FICHE TECHNIQUE N°1 : OÙ ET COMMENT TROUVER UN SUJET D'ARTICLE?

Même si, à première vue, les idées d'article ne viennent pas facilement, il ne faut pas désespérer car tout peut être sujet de reportage. Voici quelques “trucs” pour repérer les bons sujets.

### SCÈNE DE LA VIE QUOTIDIENNE.

Dès que vous sortez de la maison, la rue ou la campagne s'offrent à vous. A première vue, rien de nouveau. Comme tous les jours, le boulanger fait son pain, le paysan va aux champs cultiver ou récolter les fruits de la terre, le fonctionnaire rejoint son bureau, le cordonnier découpe le cuir à la mesure des pieds de ses clients... Bref, tout est toujours pareil et pourtant tout peut être un sujet de reportage. Il suffit d'un peu d'imagination, d'une bonne connaissance des techniques du parfait petit journaliste et aussi d'une grande curiosité. Savoir regarder avec un regard neuf, savoir observer dans les moindres détails, savoir poser des questions nombreuses et intéressantes, savoir écouter: telles sont les qualités essentielles du grand reporter. Un conseil: Ne considérez rien comme évident. Posez-vous toujours la question: “Et si c'était la première fois que je voyais ça ou que j'entendais ça, quelle serait ma réaction?”

En effet le journaliste est là pour raconter ce qui est nouveau ou qui est présenté de manière nouvelle, ce qui est curieux, intéressant, remarquable impressionnant, inattendu. Quelques exemples: les petits métiers des rues (il faut décrire mais aussi faire parler les artisans et les marchands), un mariage traditionnel, une cérémonie ou une fête populaire, la cueillette de fruits dans une région productrice, le nettoyage d'un fleuve ou d'une rivière, la taille des arbres dans les rues, l'ouverture d'un nouveau magasin, un marché sur une place...

### JOURNAUX, RADIO ET TÉLÉVISION.

Obligez-vous à lire les quotidiens ou les magazines, vous y trouverez plein de sujets de reportages.

D'ailleurs, rassurez-vous, ce ne sont pas toujours les articles les plus longs qui offrent le plus d'idées. Il y a de tout petits articles que l'on appelle des BRÈVES (car ils sont très courts, très brefs) et qui sont de vrais petites mines de sujets. Exemples tirés de journaux qu'on trouve dans les kiosques ou chez les marchands: la dernière compétition sportive dans la ville, les spectacles ou les conférences au programme, les événements annoncés...

La radio et la télévision peuvent aussi donner de bonnes idées de reportages.

### RENCONTRES EXTRAORDINAIRES.

Le journaliste a toujours une oreille (ou deux) qui traîne. Elle est aux aguets de tout ce qui sort de l'ordinaire. Une rencontre avec quelqu'un qui a fait un exploit, qui a eu une vie pleine d'aventures, qui, parce qu'il est âgé, a des choses à raconter, voilà autant de sujets pour un bon article ou un bon reportage. On peut rencontrer des gens, on peut aussi rencontrer ou découvrir l'histoire curieuse d'un bâtiment, d'une ville ou d'un village. Connaissez-vous l'histoire de votre collègue ou de votre lycée? De ce palais ou de cette usine? Connaissez-vous l'histoire ou la vie quotidienne dans les bâtiments près desquels vous habitez (un hôpital, un barrage, un pont, un musée, une église ou une mosquée...)?

ATTENTION: ne passez pas tout votre temps dans des livres! Un reportage, c'est du vécu, de la vie, des témoignages, des citations de gens que l'on a rencontrés et interrogés.

Source : <http://www.emarfecheri.net/pedago/index.htm>

## FICHE TECHNIQUE N°2 : QUI? QUOI? QUAND? OÙ? POURQUOI?

Tout parfait journaliste connaît la règle des cinq questions fondamentales. Les Anglais l'appellent la règle des cinq “W”: Who (qui?), What (quoi?), When (quand?), Where (où?) et Why (pourquoi?).

Dans tous les articles de journaux, il faut répondre précisément à ces cinq questions. Parfois on en rajoute une : “Comment?”.

## QUI?

Dans un reportage, il faut citer des gens qu'on interroge. Il faut parler de ce que ces gens font. Bref, pour que le lecteur comprenne de qui on parle, il faut donner quelques informations sur ces personnes. Par exemple: "Mohamed Hosni, 20 ans, étudiant en deuxième année d'histoire à l'Université du Caire, aime la musique..." ou bien "Alice Lejeune, infirmière depuis 8 ans dans une clinique de Bretagne, descend tous les étés dans le Midi pour la récolte des olives..." Ainsi, le lecteur connaît un peu la personne dont on parle dans l'article.

## QUOI?

Un reportage raconte une histoire vraie, quelque chose qui s'est passée ou qui se passe. C'est un "quoi?". Il faut donc raconter le mieux possible son sujet de reportage en citant des personnes interviewées et en écrivant des descriptions précises. "Il se passe quoi?"; le lecteur peut répondre correctement après avoir lu l'article si l'information s'y trouve.

## QUAND et OÙ?

Le temps et le lieu sont deux informations fondamentales dans un reportage ou un article. Ce sont des repères de toutes les actions des hommes et de la vie des choses. A ne jamais oublier!

## POURQUOI?

Cette dernière question est souvent remplacée par le "COMMENT?". Il faut en effet toujours chercher à savoir pourquoi les choses se passent comme ça et pas autrement, pourquoi cette femme pense comme ceci, pourquoi cet homme agit comme cela. Bref, vous devez toujours poser la question "pourquoi?" aux personnes que vous interrogez. Parfois, il n'y a pas de réponse ou elle est trop difficile à trouver, ou alors la réponse est : "C'est ainsi parce que ça a toujours été ainsi!". Dans ces cas, il faut alors oublier le "pourquoi" et passer au "comment" en décrivant avec beaucoup de détails (IL FAUT TOUJOURS BEAUCOUP DE DÉTAILS). Il faut décrire comment les choses se passent, comment agit ce monsieur et comment pense cette dame. Bref, il faut toujours écrire en gardant à la mémoire que le lecteur veut tout savoir!

Source : <http://www.emarfecheri.net/pedago/index.htm>



## FICHE TECHNIQUE N°3 : CONSTRUIRE UN PLAN DE REPORTAGE

*Un bon reportage est écrit clairement, dans une langue précise et simple. Mais la clarté doit se trouver aussi dans le plan suivi. Plus le plan sera simple et logique, plus le lecteur de votre reportage comprendra facilement et lira avec plaisir. C'est pourquoi il faut faire des paragraphes (un paragraphe pour chaque idée importante). C'est aussi pourquoi il faut soigner particulièrement le premier paragraphe et le dernier.*

## PREMIER PARAGRAPHE.

On s'appelle "l'accroche" parce qu'il doit "accrocher", attirer l'attention du lecteur. Comme le titre ([fiche technique n° 5](#)), il peut donner l'information la plus importante ou il peut faire appel à la curiosité du lecteur. Le début du reportage (l'accroche) peut être une CITATION importante et étonnante d'une personne que vous avez interrogée. Par exemple: "Voici 20 ans que je suis poissonnier et pourtant je ne mange jamais de poisson!". Ricardo Luigi est un schide gaillard avec un large sourire qui le fait ressembler à un chanteur à la mode..."

L'accroche peut aussi être une DESCRIPTION d'un lieu, d'une situation, d'une personne. Par exemple, un reportage publié dans un journal égyptien commençait ainsi: "Place de l'ancien opéra, dix heures du matin. Les bouquinistes ouvrent leurs étals..." et la description de la place peut se poursuivre pour donner une atmosphère. Le lecteur a l'impression de se trouver lui-même sur la place et imagine bien ce que l'article montre. Une accroche n'est jamais une introduction. N'écrivez pas "Nous allons dans cet article vous parler de la gare du Caire" mais emmener tout de suite le lecteur au centre de la gare.

Enfin, l'accroche peut être une ANECDOTE, c'est-à-dire une petite histoire vraie qui donne des détails, qui est très significative (qui résume bien une situation) ou qui est amusante, étonnante et curieuse.

## LES AUTRES PARAGRAPHES.

Un petit conseil d'ami: pour plus de clarté, laissez une ligne blanche entre chaque paragraphe. Dans chacun, vous réunissez toutes les informations, les citations, les descriptions sur la même idée. Une idée importante par paragraphe et une succession logique entre tous les paragraphes. Un exemple pour reprendre les bouquinistes de la place de l'opéra. Après l'accroche, le deuxième paragraphe raconte une anecdote (l'exemple d'un bouquiniste qui ne sait ni lire ni écrire), le troisième paragraphe décrit les livres vendus et les clients. Le dernier paragraphe parle du rêve et des espoirs des bouquinistes (avoir un syndicat, un plus grand espace et participer à la Foire internationale du livre...).

La succession des paragraphes est logique: description de la place et de l'installation des bouquinistes (accroche répondant aux questions qui et où?), portrait d'un bouquiniste original (deuxième paragraphe), description de leur activité et des livres vendus (troisième paragraphe), présentation de leurs espoirs (quatrième paragraphe).

Par exemple: un article sur les bateaux-bus dans une grande ville traversée par un fleuve se terminait comme ceci: "Les gens s'y rencontrent et font connaissance. "Ils ne font pas que connaissance, ils se marient même!", comme aime à le dire un jeune couple de passagers". Voilà, c'est une touche finale qui tombe bien. C'est pour cela qu'on appelle aussi ce dernier paragraphe la CHUTE. Quant au mot "conclusion", il est plutôt utilisé pour la fin d'un raisonnement, d'une démonstration ou d'une rédaction. Un reportage, c'est différent.

Source : <http://www.emarlechéri.net/pedagogie/index.htm>